Deutscher Bundestag **Drucksache 17/7254**

17. Wahlperiode 30. 09. 2011

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Nicole Maisch, Markus Tressel, Cornelia Behm, Harald Ebner, Bärbel Höhn, Undine Kurth (Quedlinburg), Friedrich Ostendorff und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Nachhaltigkeitssiegel – Stärkung des strategischen Konsums durch klare Verbraucherinformation

Verbraucherinnen und Verbraucher wollen nachhaltig erzeugte Produkte und Dienstleistungen. Das zeigt sich auf der einen Seite am in den letzten Jahren stetig angestiegenen Umsatz an ökologisch erzeugten Produkten und Waren aus fairem Handel sowie den Ergebnissen der regelmäßig durchgeführten Umfragen des Umweltbundesamtes zum Umweltbewusstsein in Deutschland und der Bereitschaft zum Kauf nachhaltiger Produkte.

Auf der anderen Seite ist Nachhaltigkeit zu einem regelrechten Trend geworden. Darauf hat auch der Markt reagiert: Die Anzahl der Nachhaltigkeitssiegel ist inzwischen sehr stark angestiegen und unüberschaubar. Problematisch ist, dass die verschiedenen Siegel unterschiedliche Qualität und Reichweite aufweisen und so genanntes Greenwashing leider ein verbreitetes Problem darstellt.

Um informierte Konsumentscheidungen treffen zu können, müssen Verbraucherinnen und Verbraucher aber klar erkennen können, was tatsächlich in oder hinter einem Produkt oder einer Dienstleistung steckt. Eine verständliche und transparente Kennzeichnung mit klar definierten Kriterien ist notwendig. Überlegungen hinsichtlich der Entwicklung eines staatlich garantierten Nachhaltigkeitssiegels bzw. der Weiterentwicklung bestehender Siegel, müssen weitergeführt werden.

Vor diesem Hintergrund fragen wir die Bundesregierung:

1. Wie bewertet die Bundesregierung das Instrument der Kennzeichnung von Produkten, Produktionsprozessen und Dienstleistungen mit Siegeln oder Labeln, um Konsumentinnen und Konsumenten eine möglichst bewusste Kaufentscheidung zu ermöglichen?
2. Wie viele verschiedene staatliche und private Nachhaltigkeitssiegel sind der Bundesregierung bekannt, wie hat sich ihre Anzahl in den letzten zehn Jahren entwickelt, und welche Erkenntnisse liegen der Bundesregierung über deren Akzeptanz und Verlässlichkeit vor?
3. Wie stellt die Bundesregierung sicher, dass durch eine Vielzahl an sogenannten Nachhaltigkeitsgütezeichen Verbraucherinnen und Verbraucher nicht über Qualitäten und Standards getäuscht und unlauter umworben werden?

4. Welche Erkenntnisse liegen der Bundesregierung hinsichtlich des Einflusses von Nachhaltigkeitskennzeichnungen aus dem Nachhaltigen Warenkorb des Rats für Nachhaltige Entwicklung auf Kaufentscheidungen vor (bitte nach Marktanteilen in den verschiedenen Konsumbereichen aufschlüsseln)?
5. Welche Gütezeichen, Siegel und Kennzeichnungen hält die Bundesregierung grundsätzlich und rechtsverbindlich für geeignet, um die vom Rat für Nachhaltige Entwicklung formulierten Nachhaltigkeitsziele zu transportieren?
6. Wie bewertet die Bundesregierung Forderungen nach einem Konsumindikator, und welche Entwicklung würde damit angezeigt?
7. Wie und in welchen Abständen erfolgt eine Erfolgskontrolle für staatliche Label (Bio-Siegel, Blauer Engel, geographische Herkunftsangaben), und wie wird ihre Nutzbarkeit für die Verbraucherinnen und Verbraucher erhoben?
8. Welche Kernkriterien müssen nach Auffassung der Bundesregierung definitiv erfüllt werden, um Produkte, Produktionsprozesse und Dienstleistungen als nachhaltig zu kennzeichnen, und wie müssten diese gewichtet werden?
9. Welche produkt-, dienstleistungs- und unternehmensübergreifenden Nachhaltigkeitskriterien sind messbar, relevant und realistisch?
10. Welche konkreten Maßnahmen verfolgt oder plant die Bundesregierung zur Aufstellung eines Kriterienkataloges, anhand dessen die Nachhaltigkeit von Produkten festgelegt und überprüft werden kann?
11. Wie bewertet die Bundesregierung den Vorschlag der Verbraucherkommission Baden-Württemberg, die Glaubwürdigkeit von Siegeln durch entsprechende Regulierungen – beispielsweise durch Gesetze, Zertifizierungen, Zulassungsprüfungen – sicherzustellen?
12. Wie bewertet die Bundesregierung Forderungen nach der Einführung eines staatlichen Nachhaltigkeitssiegels, und welche Vor- und Nachteile wären aus Sicht der Bundesregierung damit verbunden?
13. Wie bewertet die Bundesregierung Ansätze zur Neuentwicklung eines eigenständigen Nachhaltigkeitssiegels bzw. zur Weiterentwicklung bestehender Siegel (wie beispielsweise des Blauen Engels oder des Bio-Siegels) zu einem umfassenderen Nachhaltigkeitssiegel?
14. Welche Zielgruppen können mit vorhandenen Siegeln (Blauer Engel, Bio-Siegel, geographische Herkunftsangaben) erreicht werden, und welche könnten darüber hinaus mit einem umfassenderen Nachhaltigkeitssiegel erreicht werden?
15. Wie müsste ein Nachhaltigkeitssiegel konzipiert sein, um vorhandene, bewährte Siegel zu stärken?
16. Wie bewertet die Bundesregierung Ansätze zur Entwicklung eines staatlichen Nachhaltigkeitssiegels in anderen EU-Staaten wie Frankreich und Österreich, und welche Ansatzpunkte ergeben sich daraus für Deutschland?
17. Welche Vorhaben werden auf EU-Ebene geplant, um den nachhaltigen Konsum durch Kennzeichnungen und Label zu stärken?

18. Setzt sich die Bundesregierung auf EU-Ebene für die Entwicklung eines europäischen Nachhaltigkeitssiegels und entsprechender Rechtsgrundlagen ein?

    a) Wenn ja, welche Vorschläge und Ansätze wurden von Seiten der Bundesregierung eingereicht?

    b) Wenn nein, warum nicht, bzw. ist dies geplant?

Berlin, den 30. September 2011

Renate Künast, Jürgen Trittin und Fraktion



Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin, www.heenemann-druck.de
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 10 05 34, 50445 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Fax (02 21) 97 66 83 44, www.betrifft-gesetze.de
ISSN 0722-8333